

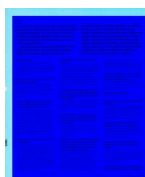


Moda / Fashion

&gt; texto/text: CATARINA VASQUES RITO

&gt; fotografia/photography: CARMO AMORIM

HUGO  
COSTA



## | PT |

A marca Hugo Costa conseguiu, em seis anos de trajeto, demarcar-se no panorama nacional e iniciar um percurso fora do país. Em junho de 2016, estreia-se na Semana de Moda Masculina de Pronto-a-Vestir, em Paris, com o importante apoio do Portugal Fashion, presença que voltou a repetir este ano.

Hugo Costa formou-se em Design de Moda e Têxtil na Escola Superior de Artes Aplicadas, do Instituto Politécnico de Castelo Branco. Em 2009, venceu os

prémios de Melhor Coordenado Masculino e de Melhor Coleção no concurso Acrobatic. Paralelamente ao trabalho que efetua para marca homónima, colabora com distintas empresas do setor com coleções de vestirário, calçado, acessórios e ilustração de estampa e ainda consegue tempo para dar formação na Escola de Moda do Porto, **Modatex** e no Centro de Formação Profissional da Indústria de Calçado. A Umbigo foi conhecer um pouco mais deste jovem da moda em Portugal.

**Como te defines?**

Não gosto muito de me definir, não é fácil. Acho que sou uma pessoa com valores, que acredita no trabalho que faz e que luta muito pelo que acredita e ama.

**O que traz a tua marca de novo ao consumidor masculino?**

Traz um pouco desta definição anterior. Procuro um produto que vale pelo pormenor, pelo todo, pela qualidade, por ser o que é, ou seja, autêntico!

**Como se delinea o teu processo criativo? O alinhamento de coleção para coleção é sempre o mesmo?**

O processo criativo vai-se adequando a cada coleção. Pode ser mais projetual e menos experimental, se o tema o exigir, ou mais experimental e menos projetual e técnico, se assim for exigido. É fundamental para nós, designers, que os temas nos digam alguma coisa e que funcionem nos nossos princípios, mas também é fundamental o respeito pelo tema.

**O que é ser estilista (designer de moda) em Portugal?**

Para mim é uma profissão como outra qualquer, que exige que se ame o que se faz. Exige muito sacrifício, muita vontade e muita resiliência. É muito mais do que festas e fazer uns "rabiscos". Costumo dizer que, só se diverte em moda quem não trabalha no meio. Pode não ser 100% verdade, mas este setor exige muita dedicação. A festa vem depois!

**O que te atrai e o que te repele nesta profissão?**

Atrai-me a parte criativa e produtiva, o processo que vai desde a criação do conceito à execução. Esta profissão cria encantamento nos demais. Como tal atrai muita gente que não tem capacidade de trabalho, que tenta por todos os meios vingar, e que vai tirando o lugar a pessoas de muito valor.

**Ser estilista em Portugal diverge de ser estilista em países como França, Reino Unido, Itália, Japão ou Estados Unidos, por exemplo?**

O processo é o mesmo, mas não nos podemos esquecer das dificuldades que temos em criar no mercado interno.

**Que homem idealizas quando estás a criar? É sempre o mesmo tipo de homem ou altera-se mediante as coleções e as estações?**

Não penso muito no homem. Penso mais na silhueta, na composição, na textura e na cor. O conceito é fundamental.

**A formação académica feita em Portugal foi suficiente para absorveres conhecimento ou gostarias de ter experimentado estudar fora do país para obteres outras ferramentas estéticas?**

A formação não foi suficiente. Aprendi o que me faltava (e ainda aprendo) no mercado de trabalho, com a indústria, com o know-how de outros. Em relação a aprender mais e fora do país, não penso muito nisso. Aprendizagem é sempre importante

seja onde for e de que forma for, mas não nos podemos esquecer que as grandes marcas vêm produzir e absorver conhecimento na nossa indústria.

**Tens linha de vestuário e de acessórios. Uma não funciona sem a outra ou são produtos complementares?**

Quando penso num conceito penso num todo. Os acessórios fazem parte do conceito.

**Continuas a dar formação?**

Sim, continuo.

**O que te atrai nesta vertente profissional académica?**

O dinamismo que te exige e a frescura de ideias. Trabalhar com miúdos (e graúdos), não é só passar conhecimento. Exige-nos estudar, e entrar nas histórias deles é muito estimulante.

**Começaste a desfilar no Bloom. Que vantagens te trouxe esta plataforma?**

Trouxe a oportunidade de desenvolvimento da identidade criativa e de trabalhar com alguns dos melhores profissionais que conheci.

**Como foi a passagem do Bloom para a plataforma principal do Portugal Fashion?**

Foi uma consequência natural da evolução... a exigência que tínhamos é a que temos. A de fazer melhor sempre, como forma de gratidão na aposta que fazem em nós.

**A tua marca tem expressão de volume de negócio para poderes viver somente dela?**



Não. Todo o lucro que geramos com a marca voltamos a investir nela.

**Exportas? Para que países? Que volume de negócio representa essa exportação/internacionalização?**

Exporto para Taiwan, China, Reino Unido, Alemanha, Suíça. Neste momento, 75% das vendas da marca advêm da exportação.

**Estás presente na semana de moda masculina de pronto a vestir, de Paris. O que te trouxe esta presença?**

Trouxe o que é natural. Credibilidade no mercado. É uma ferramenta fortíssima de comunicação.

**Em que outras semanas de moda gostarias de estar presente e porquê?**

Estou onde quero estar.

**Fala-se muito da roupa sem género, tema muito abordado nos últimos anos. De que forma criativa este assunto interfere, ou não, no teu conceito?**

Desde 2014 que nos assumimos como marca genderless. Não desenhámos para homem ou para mulher.

Desenhámos para pessoas que se identificam com o conceito.

**Que projetos de futuro gostarias de concretizar?**

Para já o foco é ter a loja online apta para funcionar. É um processo difícil.

**Vivemos tempos conturbados em termos de ideologia política/religiosa. Consideras que a moda é uma forma de mudança de mentalidades?**

Teve e terá sempre o poder de influenciar a sociedade. Hoje, acredito que o faz de uma forma muito mais volátil do que o fez no passado. Atualmente, tudo está muito mais rápido...

**Sentes que podes fazer a diferença na forma de pensar e de debater temas sensíveis da sociedade atual?**

Penso que posso fazer a diferença por fazer o que acredito, com base nos valores que me passaram.

**Se pudesses convidar alguém para jantar, quem escolherias?**

Sebastião Salgado.

**O que fazes nos teus tempos livres?**

Estar com a família. Sempre!

**A criação é um ato contínuo ou precisa de férias para se renovar?**

Precisa muito de férias.....

**O que gostas nas tendências atuais?**

Não sou grande fã de tendências...

**O que detestas nas tendências atuais?**

Serem tendência.

**O que falta à moda nacional para ter mais protagonismo de negócio, dentro e fora do país?**

Dentro do país, é difícil porque o país não tem poder de compra. Fora do país, comunicação, marketing e credibilidade. São poucos os que têm uma estratégia para abordar o mercado.

**Gostavas que a tua marca viesse a ter continuidade pelas mãos de um dos teus filhos?**

Não sei se quero que eles vivam na exigência e no sacrifício que eu vivo. //

| EN |

The Hugo Costa brand managed, in six years, to stand out in the national scene and start a journey outside the country. In July 2016 makes its début in the Ready-Made Male clothes fashion week in Paris, with the important sponsoring of Portugal Fashion, and it will present again this year.

Hugo Costa graduated in Fashion and Textile Design at the High School for Applied Arts, in the Polytechnic Institute of Castelo Branco. In 2009 he won the awards

for Best Male Ensemble and Best Collection at the Acrobatic contest. At the same time he works on his brand, he cooperates with different companies of the industry, with collections of clothing, shoes, accessories and illustration of textile printing, and he still manages to find time to teach classes at the Fashion School of Oporto and at the Professional Training Centre of the Shoe Industry. Umbigo met him to know a little more about this Portuguese fashion youngster.

**How would you define yourself?**

I don't like much to define me, it is not easy. I think I am someone with values, believing in my work and fighting hard for what I believe and love.

**What does your brand bring of new to the male consumer?**

It brings a bit of the former definition. I look for a product that stands out for the details, for the whole, for quality, for being what it is, that is authentic!

**How is the creative process outlined? Is the alignment of the collection always the same?**

The creative process adapts to each collection. It can be more project-oriented and less experimental, if the theme requires it, or more experimental and less project-oriented and technical if that is what is required. It is crucial for us designers that the themes appeal to us and to work according to our principles, but it is also fundamental to respect the theme.

**How is it to be a fashion designer in Portugal?**

To me is like any other profession that requires people to love what they do. It demands a lot of sacrifice, a lot of strong will and a lot of resilience. It is a lot more than parties and doing some "scribbles". I usually say that those who have fun in fashion are the ones who don't work in the industry. It might be not 100 percent true, but this industry demands a lot of commitment. Partying comes after!!!

**What does attract you and repel you in this profession?**

I am attracted to the creative and production part, the process that starts with creating the concept up to the execution. This profession causes awe in others. As such it attracts a lot of people who don't have working capacity, who try by every means to hold their own, and who take the place of high value people.

**Is it different to be a fashion designer in Portugal and in other countries like, for instance, France, United Kingdom, Italy, Japan, or the United States?**

The process is the same, but we cannot forget the difficulties we have creating in the national market.

**What type of man is in your mind when you're creating? Is it always the same type or it changes depending on the collections and seasons?**

I don't think a lot about the man. I think more about the silhouette, the composition, the texture, and the colour. The concept is fundamental.

**The academic degree you got in Portugal was enough for you to absorb knowledge or would you like having experimented to study abroad to obtain other aesthetical tools?**

The degree was not enough. I learned what I missed (and I am still learning) at the job market, with the Industry, with the know-how of others. In what concerns learning more abroad, I don't give it much thought. Learning is always important no matter where

or how, but we can't forget that the big brands come to produce and to absorb knowledge from our Industry.

**You have a line of clothing and accessories. One doesn't work without the other or are they complementary products?**

When I think about a concept I vision a whole. The accessories are part of the concept.

**Are you still teaching?**

Yes, I am.

**What attracts you in this academic professional scene?**

The dynamics it demands from you and the fresh ideas. Working with kids (and grownups) isn't only transmitting knowledge. It requires study, and entering their stories is quite stimulating.

**You started the catwalk at Bloom. Which advantages did this platform bring you?**

It gave me the opportunity to develop the creative identity and to work with some of the best professionals I ever met.

**How was it to go from the Bloom to the main stage of Portugal Fashion?**

It was a natural consequence of evolution... the requirements we had are the same we have now. To always do better, as a way to be grateful for the bet they make on us.

**Does your brand have enough turnover for you to just live from it?**

No. All the profit we generate from





the brand is to invest back on it.

**Do you export? To which countries? What percentage of the turnover does the export/internationalization account for?**

I export to Taiwan, China, United Kingdom, Germany, and Switzerland. Presently 75% of the brand sales come from exports.

**You were at the Ready-Made Male clothes fashion week in Paris. What did this presence bring you?**

It brought what is natural. Market credibility. It is a very strong communication tool.

**In which fashion weeks would you like to participate and why?**

I am where I want to be.

**There is a lot of debate around genderless clothing, a recurrent theme for the last few years. How does this subject interfere, or not, in a creative way into your concept?**

Since 2014 that we assumed being a genderless brand. We don't design

for men or women. We design for people who identify themselves with the concept.

**Which projects would you like to accomplish in the future?**

For the time being the focus is to have the online store functioning. It is a difficult process.

**We are living hard times in terms of political/religious ideology. Do you think fashion is a way to change mentalities?**

It had and always will the power of influencing society. Today, I believe it does it in a much more volatile way than in the past. Nowadays everything is much faster ...

**Do you feel you can make a difference in the way of thinking and debating themes that are sensitive in today's society?**

I think I can make a difference for doing what I believe in, based on the values that were transmitted to me.

**If you could invite any one to dinner, who would it be?**

Sebastião Salgado.

**What do you do in your free time?**

Being with family. Always!

**The creation is a continuous act or does it need vacations to renovate?**

It needs vacations a lot ...

**What do you like in the current trends?**

I am not a big fan of trends...

**What do you hate in the current trends?**

Being a trend.

**What is missing in national fashion for it to be more business prominent in Portugal and abroad?**

It's not easy, since it does not have economic power. Abroad, communication, marketing, and credibility. There are just a few with a market approach strategy.

**Would you like your children to continue with your brand??**

I am not sure I want them to live under the pressure and sacrifice I am living. //



FROM PORTUGAL  
TO YOU

# umbigo<sup>o</sup>

umbigomagazine.com

Tall and

strong trees

have long and  
deep roots;



00062



5 607727 019404

## RUI CHAFES

ART PROJECT - RAIZ / ROOT

HERB RITTS, THE VERY IMPRESS OF THE OBJECT, ARTUR BARRIO, AR.CO,

NOVAS GALERIAS / YOUNG GALLERIES, BERLIN ART WEEK, **HUGO COSTA**

SHU LEA CHEANG, APARIÇÃO / APPARITION, LIDIJA KOLOVRAT ...